大屏 + 小屏互动再发力
——关于县级台实现新媒体反哺广播电视播出的思考

钟文超
（河南广播电视台乡村频道，河南 郑州 450000）

摘 要：大屏 + 小屏互动成为县级台实现新媒体反哺广播电视播出的主要形式，这一形式不仅体现了传统媒体为适应时代发展而做出的努力，而且提升了县级台广播电视播出效果。因此，文章以大屏 + 小屏互动再发力为中心，阐述了县级台实现新媒体反哺广播电视播出的思路、做法以及不足、展望，希望为县级台与新媒体融合发展提供借鉴。

关键词：大屏；小屏；县级台；新媒体；广播电视；大数据；智能应用 **中图分类号：**G222 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）09-059-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.09.017
本文著录格式：钟文超．大屏 + 小屏互动再发力——关于县级台实现新媒体反哺广播电视播出的思考 [J]. 中国传媒科技，2021（09）：59-61.

导语

全媒体时代向智能媒体时代过渡之际，县级融媒体中心建设已经上升为媒体转型的国家战略。在县级融媒体中心建设中，大屏 + 小屏互动再发力逐渐成为县级台实现新媒体反哺广播电视播出的有效形式。虽然过去几十年的互联网发展成果为大屏 + 小屏互动奠定了技术基础，但是大数据、区块链技术、5G 技术、人工智能技术的出现，也对大屏 + 小屏互动再发力模式提出了新的要求。因此，从新媒体反哺广播电视播出出发，探究大屏 + 小屏互动再发力的模式就具有非常重要的意义。

1. 大屏 + 小屏互动再发力——关于县级台实现新媒体反哺广播电视播出的思路

第一步，创新技术融合，奠定大屏 + 小屏互动基础。在全媒体编辑区、数据机房、快编工作站、指挥调度区、录音区等功能区建设，以及 350T 以上存储空间服务器配置的基础上，积极与技术团队合作，控制大屏与小屏互动平台研发成本，提高大屏与小屏互动成效。同时与知名移动端平台合作，创立页面更加简洁、板块更加丰富的新媒体传播端，实现最短时间内上线传播的效果，并为群众回看广播电视节目提供方便。[1]

第二步，创新机制建设，营造大屏 + 小屏互动环境。以功能完备、覆盖全省、运行通畅、互联互通为原则，以新媒体 + 广播电视为定位，整合管理手段与媒介资源，构建多种要素同频共振的区域性融合生态。同时组建覆盖大屏、小屏主流媒介的云上联合报道机制，系统化设置制度规定，助力信息采集多方面、信息编辑多样化、产品融合多种类、信息分发多端口的大屏与小屏协同联动。

第三步，创新功能融合，突出大屏 + 小屏互动优势。依托专属的私有云，整合多家新媒体以及用户，突破传统大屏与小屏互动壁垒，促使广播电视播出不再拘泥于动静或视听。最终以广播电视 + 联动直播 + 全媒行动 + 网络共享专题 + 创意表达的多形式功能，实现全平台传播。[2] 在这个基础上，以新闻 + 政务 + 服务的形式，汇聚舆论引导，强化公共服务受众黏性，多方面践行大屏 + 小屏互动的社会职责，助力县级台新媒体与广播电视播出的跨界整合，为县级台的可持续发展提供核心驱动。

2. 大屏 + 小屏互动再发力——关于县级台实现新媒体反哺广播电视播出的主要做法

2.1 技术升级

技术升级是大屏 + 小屏互动的前提条件，也是县级台实现新媒体反哺广播电视播出的保障。大数据时代，县级台应致力于广播电视大数据的应用探索。依托已建设的新媒体平台强大支撑、汇聚数据的能力，从海量新闻线索动态汇聚出发，面向全台资源，进行聚类、收集、汇总、关联，并将资源与使用者进行深度关联，为广播电视生产奠定数据基础。同时县级台应主动改变不成体系的单一场景智能应用模式，部署规划大数据的基础能力、应用场景。以新媒体与传统广播电视融合平台为基础，从 IPTV 用户数据剖析、语音识别、App 的智能推荐、媒介资源智能化标引等方面入手，建立大数据的 PaaS 层（平台即服务）。在平台即服务层强化建设大数据的能力，基于已具备的建设大数据的能力进行典型应用开发。[3]

根据典型应用开发维度的差异，广播电视大数据可以划分为用户服务大数据与媒体内容大数据、实时数据与非实时数据，或者结构化数据、半结构化数据、非结构化数据多种类型。其中媒体内容大数据的核心是内容生产大数据，在生产阶段所应用的类似智能化媒体资源类大数据；用户服务类大数据特指用户产生行为类别的数据，涉及个人数据、家庭数据多种类别。以往县级广播电视台并没有直接面对用户，而当前县级台、新媒体均具有自身用户。基于此，在大屏 + 小屏互动过程中，县级台可以从用户行为习惯、个人或家庭类别入手，利用大数据技术手段，开展用户画像。进而有针对性地挖

掘媒体内容数据以及用户数据，将其应用到广播电视播出内容的采集、生产以及用户跟踪服务、节目传输、节目推荐、舆情监控监管等多个领域，助力自主开发的用户数据库建设。在广播电视节目融合生产流程中引入大数据智能应用，实现智能判断。有条件的情况下，县级台可以借鉴互联网中屏幕互动模式，运用大数据智能化技术，在底层进行大数据框架的基础数据处理系统搭建，进而在上层加载智能标引等不同类型应用，在避免工具能力服务重复设置的同时，将非结构化数据进行结构化转化。最终形成上层应用提要求、下层资源自动化配置的广播电视生产模式。

2.2 机制整合

机制整合是构建新媒体与县级台联动广播电视节目策划的“硬件”基础。在实现媒体机构融合中，县级台可以与微信公众号、移动 App 客户端建立一次采集、多种生成、全媒发布的新模式，主导县域舆论。同时以编委会会议制度、新媒体与传统广播电视联动制度为保障，在移动客户端开设本土信息专栏，以视频聚合为主要特色，为媒体、政府、自媒体、机构、企业以及群众提供各自需要的内容。[4]

编委会会议制度主要是在编委会协调新媒体与县级台功能作用发挥的基础上，依据规范性、科学性原则，进行确保新媒体小屏、县级台大屏互动的运行机制构建。编委会成员主要包括主任编辑、主副总编辑、分管副主任、相关部室主任等人员，其需要在工作日召开调度会议，依据大屏 + 小屏互动要求，进行战役性、阶段性、专题性广播电视播出计划的制定。同时根据宣传部室所提供的广播电视节目采编计划，进行特定周期内广播电视节目播出计划统筹安排。并汇总广播电视节目播出经验，寻找广播电视节目播出中出现的问题，保障新媒体与传统媒体联动新闻策划落到实处。

新媒体与传统广播电视联动制度是建立新媒体与传统广播电视联动新闻策划机制的保障，具体体现在广播电视节目宣传协调制度上。即在县级台宣传部带领下，以部际联动为目标，就县域内重要舆情、会议、活动，召开主流媒体有关负责人以及节目负责人、活动涉及部门负责人参与的会议。在会议中对任务分工、宣传重点以及方式进行逐一细化，形成任务明确、重点突出、措施有力的广播电视播出宣传方案。

2.3 功能 +

功能 + 是县级台大屏 + 新媒体小屏互动模式适应大数据时代的新表现。在围绕广播电视节目播出这一“主业”的基础上，紧密贴合民生，整合县级台与生活服务、政务服务资源，为县级台广播电视新闻 + 政务、广播电视节目 + 服务、广播电视节目 + 商务运营模式自我造血功能的增强提供依据。[5]

广播电视新闻 + 政务主要是将广播电视小屏内容宣传、舆论引导主业与政务工作有效结合，打通广播电视节目与上级联系的最后一个环节。大屏 + 小屏互动的意义不单单在于广播电视播出效果优化，而且存在多区域汲取优质资源转化为政府开展社会治理的优良作用。比如，围绕县人民政府中心工作，县级台可以策划以“工业”“乡村振兴”“营商环境”为主题的专题栏目，第一时间宣传县域工作安排，营造互联网 + 广播电视 + 新媒体 + 政府数据公开 + 智慧政务的新模式，在思想舆论层面助力区域各项事业建设。同时在人民日报 App、新华网、澎湃新闻等权威媒体注册账户，拓展对上稿件供应渠道，积极对接上级。

县级台广播电视节目 + 服务功能主要是发挥新媒体小屏民生服务功能，帮助群众在足不出户情况下查询并缴纳气、水、电、暖等费用以及挂号就医、景点民宿。同时利用大数据技术，搜集、汇聚群众在小屏中大力关注的信息，策划专栏提供资讯共享、信息发布服务，进一步扩展广播电视节目信息服务触角。[6] 比如，为解决群众买菜难、农民卖菜难的问题，专门策划助农公益栏目，打通从“地头”到“舌头”的“梗阻”，获得群众的信赖与支持。

广播电视节目 + 商务运营模式是巩固县级台正面形象的有效手段，也是发挥县级台引导舆论辅商功能实现的保障。在现有大屏 + 小屏服务板块开设“注册服务”“税务服务”“办事指南”“证照通办”等栏目，将民政、社保、市场、住房、计生等百余项小微企业服务信息聚合，为小微企业用户在收听广播电视节目的同时办好与自身相关的事务提供帮助。或者将广播电视小屏服务与营商服务网连接，并鼓励小微企业用户通过“实景模块”上传药品类、餐饮类以及诊疗类短视频或图片，为广播电视新闻节目采编提供更加直观、真实的商务类资源，切实发挥新媒体小屏反哺广播电视播出的作用。

3. 大屏 + 小屏互动再发力——关于县级台实现新媒体反哺广播电视播出的不足和展望

3.1 新媒体与广播电视平台各自为战

大屏 + 小屏互动模式的形成，扩大了县级台广播电视业务范围，但新的矛盾也不断出现。比如，因部分县级台工作者对新媒体业务不够熟悉，新媒体与广播电视平台之间各自为战，导致了时间、精力的低价值损耗。针对上述情况，县级台应就平台、机构、业务开展深层次探索、融合、创新。引入新媒体与传统媒体融合的采编管理系统，将策划、采编、发布、评价等过程全部“搬迁”到线上，高度整合广播电视节目传播渠道、内容与技术。[7] 在这个基础上，县级台应结合“移动优先”“一县一端”要求，从业务融合入手，重点打造融媒 App、同名网站。在 App 和同名网站中开设资讯、视听、服务等多个板块，以及经济、TV、百科、时政、短视频、社会等若干个栏目，结合大型活动、电视频道、广播频

道等直播窗口的开设，拓展信息传递播出矩阵，为新媒体平台与广播电视节目采编管理系统互联互通、互相促进提供支持。在内外网络壁垒破除的基础上，可以将线上审核后的广播电视节目同步推送到 App、网站以及社区、学校、镇街、企业信息发布平台，切实实现广播电视资源共建共享，扩大广播电视播出影响力。

3.2 对外传播影响力有待加强

对外传播是关乎县级台广播电视节目策划成功与否的关键一环，对广播电视节目影响力、传播力均具有较大影响。大屏 + 小屏互动时代，新媒体成为广播电视节目传播的主战场之一。但是由于县级台传统思维的限制，虽然着力打造了以掌上云端为主要载体的新媒体传播矩阵，但是不注重新媒体传播矩阵的维护管理，导致对外传播新媒体渠道受阻，也制约了新媒体反哺广播电视播出作用发挥。[8] 为避免上述情况再次恶化，县级台应入驻新华社、人民日报等的新媒体平台，入驻抖音号、微信公众号、快手号或其他短视频号，及时发布、更新、完善信息，并将新媒体与社会力量融合，充实广播电视节目宣传体系，提高广播电视节目对外传播影响力。比如，五莲县以微信直播间为载体，策划了大青山第七届国际太极拳大赛、问政五莲、中国山地马拉松以及五莲县春节联欢晚会、首届百姓春晚等多场活动，累计粉丝量超 27 万，访问量超 438 万。以“日照五莲平流雾奇观美景，雾气缭绕恍若仙境”为标题的短视频更是登上微博热搜，播放量过亿。

为进一步提高大屏 + 小屏互动效果，在规范新媒体反哺广播电视节目播出标准模板的基础上，县级台应改变以往多平台逐一发布的费时费力模式，依托共享后台，通过技术统一部署打通后台。以“1+N”的模式，沟通县域内大屏、小屏，延展传播架构，连接万级产品以及亿级用户。在这一模式下，经“云上信息库”推动海量独特内容产品共享，实现大屏与小屏的同频共振。

3.3 大屏与小屏互动团队有待升级

人才是县级台与新媒体联动策划、采编、分发、宣传广播电视节目的关键。但是在当前县级台广播电视人才团队中多专注于“大屏”建设，“小屏”建设以及“大屏 + 小屏”建设人才存在缺失，阻碍了新媒体反哺广播电视播出进程。[9] 针对这一情况，县级台应对接新媒体发展要求，进行全媒体传播团队打造。以充分发挥大屏 + 小屏互动中人的主观能动性为入手点，推行全员聘用制、岗位管理制，将“实干、实绩”的用人导向贯彻到团队升级的整个过程。同时将职称聘评、绩效考核、收入分配向“小屏”建设、“大小屏互动平台”建设人才倾斜。在这个基础上，继续推行“新媒体素质或媒介融合素质提升年”活动，先后组织内部人才参与不同类型的培训，全力培养全媒体人才，为新媒体反哺广播电视播出奠定基础。

结语

综上所述，依托大屏 + 小屏互动的全媒联动广播电视节目策划生产模式具有显著成效。为了保证上述模式的顺畅运行，县级台应从当前大屏与小屏互动情况入手，从技术、机制、功能等方面，梳理新媒体反哺广播电视播出的思路。进而借鉴大数据、云技术以及智能应用、移动互联网技术，升级技术，整合机制，优化功能 +，推出互动式、全息化、可视化、沉浸式广播电视产品，为传播形态与传播样式的同步丰富提供依据。媒

参考文献

[1] 宋文 . 县级媒体融合探究——以宁波市北仑区传媒中心为例 [J]. 新媒体研究，2020（20）：104-106.
[2] 梁志立 . 媒体融合环境下县级电视台如何在突发事件中发挥作用——以肇庆高新区广电中心为例 [J]. 视听，2020（7）：142-143.
[3] 程莹 . 建设县级融媒体 打通媒体融合“最后一公里”[J]. 新闻研究导刊，2021（5）：150-151.
[4] 刘壮 . 县级媒体融合发展的路径分析——以沁水县融媒体中心建设为例 [J]. 广播电视信息，2021（1）：34-37.
[5] 关琮严，李彬 . 嵌入基层：县级媒体融合实践的治理转向及优化策略 [J]. 出版广角，2020（19）：10-12.
[6] 王斐 . 基于媒体融合时代下区县级虚拟社区中用户贡献内容的探索与研究——以东太湖论坛为例 [J]. 电脑知识与技术，2020（36）：207-209.
[7] 叶明茜 . 县级媒体融合发展的“鹿城探索”[J]. 新闻世界，2021（3）：61-63.
[8] 林颖 . 县级媒体融合发展的问题与对策分析——基于对十个县级融媒体中心的实地调研 [J]. 电视研究，2020（9）：64-66.
[9] 杨澄青 . 县级媒体如何用供给侧改革破媒体融合之题 [J]. 视听界，2020（5）：113-115.

作者简介：钟文超（1975-），男，河南郑州，工程师，研究方向：广播电视工程。

（责任编辑：张晓婧）